



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 001/2019 - SECOM

ESCLARECIMENTOS - PARTE 02

PERGUNTA 15:

O envelope A deverá ser entregue aberto, sem cola?

RESPOSTA: Não. O envelope “A” deve ser entregue lacrado e seu fechamento deverá ser feito com utilização de cola branca, devendo observar o disposto nos itens 7.4 e 7.5 do Edital.

PERGUNTA 16:

Existe limite para a data de veiculação inicial das peças de repertório e cases? Deverão ser apresentadas peças criadas a partir de qual data?

RESPOSTA: O edital não faz restrição quanto à data de veiculação dos cases.

PERGUNTA 17:

Existe limitação para apresentação de peças em cases e repertório das contas contidas nos lotes? Exemplo: no lote 1 é permitido apresentar campanha ou case a da SEDU ou SECTI?

RESPOSTA: O edital não faz restrição quanto à apresentação de cases de órgãos integrantes dos lotes em licitação.

PERGUNTA 18:

É permitido criar monstro de peça digital?

RESPOSTA: No item 7.14, “a” temos: “...A ideia criativa deverá ser acompanhada de anexos, sendo estes exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente, apresentados sob a forma de roteiros e textos digitados, limitados a um para cada tipo de peça, em número máximo de 05 (cinco) anexos, podendo ser anexados *layouts*, *storyboards*, “monstro de rádio”, etc. Roteiros para materiais em vídeo poderão ser ilustrados/exemplificados exclusivamente por meio de *storyboards*, sendo proibida a anexação de “monstro de TV”, sob pena de desclassificação (texto + anexos).” Ou seja, a apresentação de “monstro” será permitida apenas para peças radiofônicas.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

PERGUNTA 19:

Não foi mencionado o público alvo, levamos em consideração qual público?

RESPOSTA: Deve ser considerado como público-alvo para as campanhas o conjunto da população capixaba, ressaltada a possibilidade de proposição de peças e ações destinadas a públicos específicos, em consequência da estratégia de comunicação adotada para cada campanha.

PERGUNTA 20:

Não está claro qual período das campanhas, tem alguma definição?

RESPOSTA: A definição de prazos de veiculação é parte da estratégia de mídia proposta e fica por conta das licitantes, observados apenas os limites de verba estabelecidos para as campanhas.

PERGUNTA 21:

Não foi mencionado sobre recursos próprios, podem citar quais estão à disposição para usarmos na campanha?

RESPOSTA: É possível considerar os recursos próprios de comunicação do Governo, basicamente representados pelas redes sociais e pelo site oficial, com a ressalva de que o custo financeiro de eventuais impulsionamentos precisa estar coberto pela verba disponível.

PERGUNTA 22:

Qual o período de veiculação da simulação do plano de mídia?

RESPOSTA: A definição de prazos de veiculação é parte da estratégia de mídia proposta e fica por conta das licitantes, observados apenas os limites de verba estabelecidos para as campanhas.

PERGUNTA 23:

No plano terá que apresentar tabela de valores (dos veículos de comunicação)?

RESPOSTA: O Edital não prevê nem exige a apresentação de tabelas de preços de veículos e fornecedores, mas as propostas técnicas terão que se basear nas tabelas vigentes na data de publicação, observado o disposto nos itens 7.17 e 7.17.2 do Edital.

PERGUNTA 24:

No plano terá que apresentar as planilhas de simulação da campanha?

RESPOSTA: Para a apresentação das tabelas de simulação deve-se observar o disposto no item 7.17.1: "Tabelas de simulação do plano de distribuição das peças serão consideradas **como anexo único**, formatados com bordas na cor preta, fio 1pt; fonte Arial e suas variações de formatação, corpo 7 a 9, na cor preta; preenchimento de células nas cores branco e/ou graduações de preto e cinza; sem adição de recursos visuais e gráficos de qualquer natureza. "



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

PERGUNTA 25:

Na Secom ES existe uma lista com o cadastro dos veículos de comunicação? Se sim, como faremos para solicitar a mesma?

RESPOSTA: Não. Cabe à licitante levantar os veículos de comunicação do estado e identificar o alcance potencial de cada um.

PERGUNTA 26:

O briefing do Lote 01 apresenta na página 76 o item "III - Desafios da Comunicação", que auxiliam na assimilação do foco de comunicação para o objetivo central da campanha, conforme 4º parágrafo do mesmo item. No briefing do Lote 02, este item não encontra-se presente. Qual seria, então, o Desafio de Comunicação do Lote 02 e, mais especificamente, o objetivo central da campanha?

RESPOSTA: Por tratar-se de campanha essencialmente informativa, o *briefing* não destacou um problema de comunicação específico a ser enfrentado. O objetivo central é dar conhecimento à população da retomada dos “investimentos em obras rodoviárias. E não apenas aquelas destinadas à abertura e/ou pavimentação de estradas vicinais e de âmbito municipal e intermunicipal, como também as obras de recuperação das rodovias estaduais já pavimentadas, mas deterioradas por falta de manutenção. São investimentos fundamentais para a integração econômica, social e política do estado, e é mais uma solução inovadora e responsável de uma administração que enfrenta os desafios do presente, sem tirar os olhos do futuro”. Como estratégia e condição para tal retomada, deve-se destacar a fusão dos dois órgãos estaduais até então responsáveis pela construção e manutenção de estradas (Instituto de Obras Públicas do Estado - Iopes e Departamento de Estradas de Rodagem - DER/ES), para a criação do Departamento de Edificações e Rodovias do Estado do Espírito Santo.

PERGUNTA 27:

No item 7.19.1 do Edital, II – Repertório, são indicados a quantidade de peças a serem apresentadas, de acordo com o meio. Gostaria de saber a partir de qual período estas peças devem ter sido veiculadas? O mesmo questionamento vale para o tópico III – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: a partir de qual período as peças dos Cases devem ter sido veiculadas?

RESPOSTA: O edital não faz restrição quanto à data de veiculação das peças para o Repertório e dos cases para os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

PERGUNTA 28:

Sobre o item 7.19.1 do Edital, tópicos II – Repertório e III – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, gostaríamos de saber: peças e cases referentes à secretaria que está sendo licitada poderão constar nesses tópicos. Por exemplo: podemos ter no nosso Repertório peça(s) da Secretaria de Estado da Cultura (Secult) no Lote 1? Ou peças do Detran-ES no Relatos de Soluções no Lote 2?

RESPOSTA: O edital não faz restrição quanto à apresentação de peças (Repertório) e de cases (Relato de Solução de Problemas de Comunicação) de órgãos integrantes dos lotes em licitação.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

PERGUNTA 29:

Sobre o item 7.19.1 do Edital, tópicos II – Repertório e III – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, gostaríamos de saber: peças e cases referentes à secretaria que está sendo licitada poderão constar nesses tópicos. Por exemplo: podemos ter no nosso Repertório peça(s) da Secretaria de Estado da Cultura (Secult) no Lote 1? Ou peças do Detran-ES no Relatos de Soluções no Lote 2?

RESPOSTA: O edital não faz restrição quanto à apresentação de peças (Repertório) e de cases (Relato de Solução de Problemas de Comunicação) de órgãos integrantes dos lotes em licitação.